

Categorias Interativas	Comportamento Emocional	<b>Alto</b>	<b>Médio</b>	<b>Baixo</b>		
			X			
	Contato	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>			
			X			
	Distância Social	<b>Íntima</b>	<b>Social</b>	<b>Impessoal</b>		
		X				
	Atitude	<b>Objetiva</b>	<b>Subjetiva</b>			
			<b>Envolvimento</b>	<b>Distanciamento</b>		
			X			
			<b>Poder do PI</b>	<b>Igualdade</b>	<b>Poder do PR</b>	
			X			

**Quadro 1: Categorias interativas texto publicitário 1**

Marcadores de modalidade de cores	<b>Saturação</b>	
	ausência de cores -----●-----	cores realçadas
	<b>Diferenciação</b>	
	monocromático -----●-----	colorido
	<b>Modulação</b>	
	sem modulação ---●-----	vários tons
	<b>Iluminação</b>	
	ausência de luz e sombra -----●-----	alta representação de luz e sombra
Marcadores de modalidade de aparência	<b>Brilho</b>	
	escala mínima -----●-----	escala máxima de brilho
	<b>Conformidade de Aparência</b>	
	inadequação social ●-----	adequação social

**Quadro 2: Marcadores de modalidade texto publicitário 1**

Categorias Interativas	Comportamento Emocional	<b>Alto</b>	<b>Médio</b>	<b>Baixo</b>		
			X			
	Contato	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>			
		X				
	Distância Social	<b>Íntima</b>	<b>Social</b>	<b>Impessoal</b>		
			X			
	Atitude	<b>Objetiva</b>	<b>Subjetiva</b>			
			<b>Envolvimento</b>	<b>Distanciamento</b>		
			X			
			<b>Poder do PI</b>	<b>Igualdade</b>	<b>Poder do PR</b>	
		X				

**Quadro 3: Categorias interativas texto publicitário 2**

Marcadores de modalidade de cores	<b>Saturação</b>	
	ausência de cores -----●-----	cores realçadas
	<b>Diferenciação</b>	
	monocromático -----●-----	colorido
	<b>Modulação</b>	
	sem modulação -----●-----	vários tons
	<b>Iluminação</b>	
	ausência de luz e sombra -----●-----	alta representação de luz e sombra
Marcadores de modalidade de aparência	<b>Brilho</b>	
	escala mínima -----●-----	escala máxima de brilho
	<b>Conformidade de Aparência</b>	
	inadequação social -----●-----	adequação social

**Quadro 4: Marcadores de modalidade texto publicitário 2**

Categorias Interativas	Comportamento Emocional	<b>Alto</b>	<b>Médio</b>	<b>Baixo</b>		
			X			
	Contato	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>			
		X				
	Distância Social	<b>Íntima</b>	<b>Social</b>	<b>Impessoal</b>		
			X			
	Atitude	<b>Objetiva</b>	<b>Subjetiva</b>			
			<b>Envolvimento</b>	<b>Distanciamento</b>		
			X			
		<b>Poder do PI</b>	<b>Igualdade</b>	<b>Poder do PR</b>		
		X				

**Quadro 5: categorias interativas texto publicitário 3**

Marcadores de modalidade de cores	<b>Saturação</b>	
	ausência de cores -----●-----	cores realçadas
	<b>Diferenciação</b>	
	monocromático -----●-----	colorido
	<b>Modulação</b>	
	sem modulação -----●-----	vários tons
	<b>Iluminação</b>	
	ausência de luz e sombra -----●-----	alta representação de luz e sombra
	<b>Brilho</b>	
	escala mínima -----●-----	escala máxima de brilho
Marcadores de modalidade de aparência	<b>Conformidade de Aparência</b>	
	inadequação social -----●-----	adequação social

**Quadro 6: Marcadores de modalidade texto publicitário 3**

Categorias Interativas	Comportamento Emocional	<b>Alto</b>	<b>Médio</b>	<b>Baixo</b>		
				X		
	Contato	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>			
			X			
	Distância Social	<b>Íntima</b>	<b>Social</b>	<b>Impessoal</b>		
				X		
	Atitude	<b>Objetiva</b>	<b>Subjetiva</b>			
			<b>Envolvimento</b>	<b>Distanciamento</b>		
			X			
		<b>Poder do PI</b>	<b>Igualdade</b>	<b>Poder do PR</b>		
			X			

**Quadro 7: Categorias interativas texto publicitário 4**

Marcadores de modalidade de cores	<b>Saturação</b>	
	ausência de cores -----●-----	cores realçadas
	<b>Diferenciação</b>	
	monocromático -----●-----	colorido
	<b>Modulação</b>	
	sem modulação -----●-----	vários tons
	<b>Iluminação</b>	
	ausência de luz e sombra -----●-----	alta representação de luz e sombra
	<b>Brilho</b>	
	escala mínima -----●-----	escala máxima de brilho
Marcadores de modalidade de aparência	<b>Conformidade de Aparência</b>	
	inadequação social -----●-----	adequação social

**Quadro 8: Marcadores de modalidade texto publicitário 4**

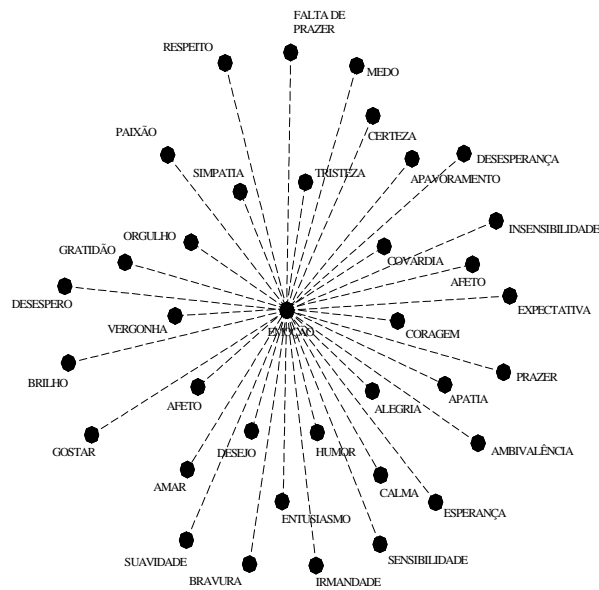


Fig.1: Verbetes “emoção” do *Visual Thesaurus*

Fig. 2: Texto publicitário da SulAmérica Educaprevi

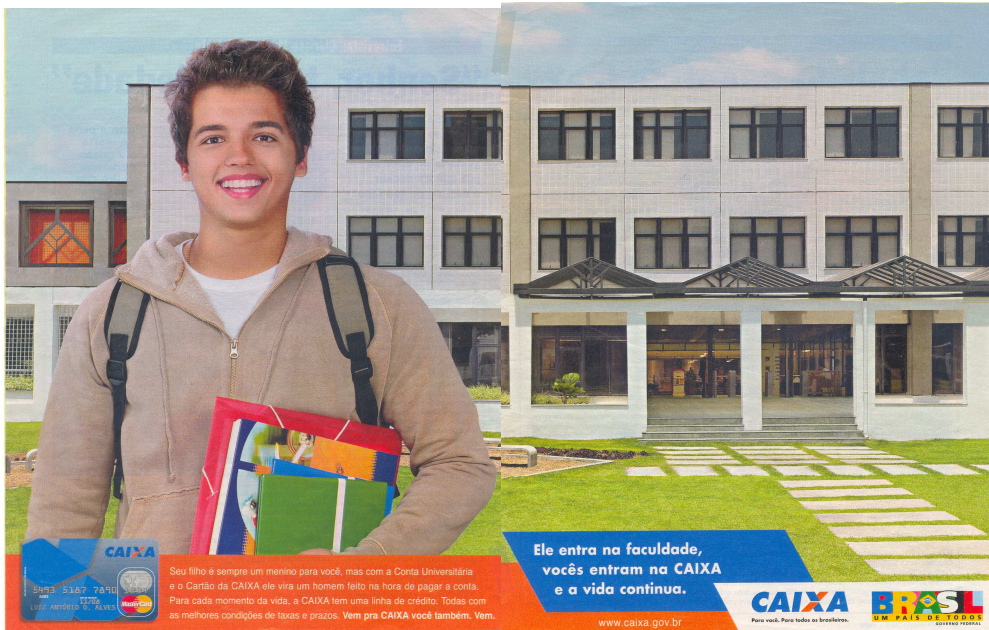
SulAmérica Educaprevi.  
Um pouquinho por mês hoje para ele ser o que quiser amanhã.

Numa coisa pais e mães sempre concordarão: a educação dos filhos não tem preço. Por isso, a SulAmérica, empresa especialista em previdência, criou o Educaprevi – um plano sob medida para você planejar e proteger o bem mais valioso que uma criança pode ter e que ninguém pode tirar: a educação. O Educaprevi é uma grande oportunidade para garantir os estudos, cursos de extensão e até os primeiros passos da vida profissional de seus filhos. Tudo com a experiência da SulAmérica, associada ao ING, uma das maiores instituições financeiras e de seguros do mundo.

Consulte seu Corretor de Seguros, ligue 0800 900 400 ou acesse [sulamerica.com.br](http://www.sulamerica.com.br)

**SulAmérica**  
associada ao ING

**Fig 3: Texto publicitário da Conta universitária e cartão da Caixa**



**Fig 4: Texto publicitário do Celular da Vivo**





**Fig 5: Texto publicitário do Itaú Private Bank**



**Com o Itaú Private Bank,  
a melhor opção de  
investimento vai estar  
sempre com você.**

O Itaú Private Bank atende às suas necessidades específicas com total isenção na hora de aconselhar você em seus investimentos e aplicações. Isso significa oferecer a melhor indicação financeira, independentemente de ela ser ou não do Itaú. O Itaú Private Bank, o único private brasileiro no ranking da Revista Euromoney\*, é líder na gestão de grandes fortunas. Nosso atendimento é totalmente personalizado e flexível, e você ainda conta com a expertise e a estrutura do Banco Itaú e de outros gestores, tanto no Brasil quanto no exterior. Se você quer o melhor parceiro para gerir seu patrimônio e assessorá-lo na sua tomada de decisões, conte com o Itaú Private Bank.

São Paulo: (11) 5029-1281 • Rio de Janeiro: (21) 3288-1639 • Belo Horizonte: (31) 3249-3600 • Curitiba: (41) 320-9925

www.itauprivatebank.com.br

**Itaú Private Bank**  
Especializado em você.

© Itaú - janeiro de 2005